

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) *TRAVEL AGENT* BALI DALAM MENDUKUNG  
*AKTIVITAS INBOUND TOURISM*  
(STUDI KASUS PT EXPLORASI NUSANTARA)**



**SKRIPSI**

**PIO SURIANANTA NALAPRANA**

**00000045177**

**PROGRAM STUDI ILMU STRATEGI KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) *TRAVEL AGENT* BALI DALAM MENDUKUNG  
*AKTIVITAS INBOUND TOURISM*  
(STUDI KASUS PT EXPLORASI NUSANTARA)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Tugas Akhir dalam Rangka  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom.)  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

**PIO SURIANANTA NALAPRANA**

**0000045177**

**PROGRAM STUDI STRATEGI KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Pio Suriananta Nalaprana

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045177

Program studi : Strategi Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Strategi Customer Relationship Management (CRM) Travel Agent Bali Dalam Meningkatkan Aktivitas Inbound Tourism (Studi Kasus PT Explorasi Nusantara)

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024>



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pio Suriananta Nalaprana', is written over the stamp and QR code.

(Pio Suriananta Nalaprana)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul  
**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TRAVEL***  
***AGENT BALI DALAM Mendukung Aktivitas INBOUND TOURISM***  
**(STUDI KASUS PT EXPLORASI NUSANTARA)**

Oleh

Nama : Pio Suriananta Nalaprana

NIM : 00000045177

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi


Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024

Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan

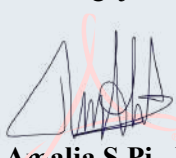
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

  
**Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.**  
**NIDN 0308117706**

Penguji

  
**Selvi Azalia S.Pi., M.Si.**  
**NIDN 0325108004**

Pembimbing

  
**Helga Liliani Cakra Dewi, S.IKom., M.Comm.**  
**NIDN 0317089201**

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.06.26  
23:49:59 +07'00'  
**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**  
**NIDN 0304078404**

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pio Suriananta Nalaprana  
NIM : 00000041577  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Strategi *Customer Relationship Management (CRM) Travel Agent* Bali dalam Mendukung Aktivitas *Inbound Tourism* (Studi Kasus PT Explorasi Nusantara)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Pio Suriananta Nalaprana)

\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat dari Tuhan benar-benar terpenuhi, sehingga penulis dalam membuat tugas akhir dengan judul: “*Strategi Customer Relationship Management (CRM) Travel Agent Bali dalam Mendukung Aktivitas Inbound Tourism (Studi Kasus PT Explorasi Nusantara)*.” yang dimaksudkan dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi S.I.Kom pada Program Studi Strategi Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Untuk hal ini, peneliti juga mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada pihak:

- 1) Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- 3) Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara.
- 4) Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., sebagai Pembimbing pertama yang dengan sabar dan sepenuh hati menerima progres yang lambat dari penulis, memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
- 5) Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si., selaku Ketua Sidang dan Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si., selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
- 6) Tim PT Explorasi Nusantara yang bersedia untuk turut berpartisipasi dalam membagikan ilmu pengetahuan yang baru bagi penulis.
- 7) Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- 8) Kepada teman-teman dan sahabat yang turut mendukung secara moral hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Peneliti masih menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam proses pembuatan karya ilmiah ini. Namun, dengan segala kerendahan hati, peneliti berharap semoga karya ilmiah ini dapat menjadi sebuah referensi dan juga menjadi ilmu yang bermanfaat dan turut berkontribusi dalam memberikan sudut pandang yang lebih luas lagi kepada pembaca.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Pio Suriananta Nalaprana)

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) *TRAVEL AGENT* BALI DALAM Mendukung  
*AKTIVITAS INBOUND TOURISM*  
(STUDI KASUS PT EXPLORASI NUSANTARA)**

Pio Suriananta Nalaprana

**ABSTRAK**

Bisnis Pariwisata, khususnya *inbound tourism* merupakan salah satu industri yang paling berkembang di Pulau Bali. Dengan tingginya angka wisatawan ke Pulau Bali, tentunya terdapat peran dari biro perjalanan wisata (*travel agent*) yang berkontribusi aktif dalam membangun hal tersebut. Dalam hal ini, strategi customer relationship management (CRM), khususnya dalam hal B2B marketing yang digunakan oleh perusahaan tentunya mengambil peranan yang penting dalam menciptakan retensi bisnis. Konsep yang akan digunakan adalah CRM Model *Value Chain* oleh Buttle. Metode Penelitian yang digunakan adalah Studi Kasus dan dengan analisis data kualitatif dengan metode *pattern-matching*. Sebagaimana tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi CRM dari *travel agent* Bali, dalam hal ini menggunakan objek PT Explorasi Nusantara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan pada *trade show*, EXPO, dan Event Travel Industry lainnya berperan aktif dalam membangun sinergi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *travel agent* Bali (Nexplorer) dalam proses pelaksanaan CRM tidak hanya menggunakan satu strategi, melainkan beberapa strategi yang bersinergi dalam kesatuan dari berbagai pihak seperti hotel, *partner agent*, *tour-guide*, transportasi, hingga pemerintah untuk mendukung aktivitas *inbound tourism*.

**Kata kunci:** *Business-to-Business (B2B)*, Biro Perjalanan Wisata. CRM (*Customer Relationship Management*), *Inbound Tourism*,



***CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)  
STRATEGY FOR BALI TRAVEL AGENT IN SUPPORTING  
INBOUND TOURISM ACTIVITIES  
(CASE STUDY of PT EXPLORASI NUSANTARA)***

Pio Suriananta Nalaprana

***ABSTRACT***

*The tourism business, especially inbound tourism, is one of the most growing industries on the island of Bali. With the high number of tourists to the island of Bali, of course there is a role for travel agents who actively contribute to building this. In this case, customer relationship management (CRM) strategies, especially in terms of B2B marketing used by companies, certainly play an important role in creating business retention. The concept that will be used is the CRM Value Chain Model by Buttle. The research method used is a case study and qualitative data analysis using the pattern-matching method. As the aim of this research is to find out what the CRM strategy of Bali travel agents is, in this case using the object PT Explorasi Nusantara. The research results show that the approach to trade shows, EXPOs and other Travel Industry events plays an active role in building synergy. The research results show that Bali travel agents (Nexplorer) in the process of implementing CRM do not only use one strategy, but several strategies that work together in synergy with various parties such as hotels, partner agents, tour-guides, transportation, and the government to support inbound tourism activities.*

***Keywords:*** *Business-to-Business (B2B), CRM (Customer Relationship Management), Inbound Tourism, Travel Agent.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5.3 Kegunaan Sosial .....	10
1.5.4 Keterbatasan Penelitian .....	10
BAB II .....	11
TINJAUAN LITERATUR .....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pariwisata (Tourism) .....	18
2.2.2 Biro Perjalanan Wisata (Travel Agent) .....	19
2.2.4 Relationship Marketing .....	21
2.2.5 Customer Relationship Management (CRM).....	22
2.2.7 Retensi Bisnis .....	25
2.3 Alur Penelitian .....	27
.....	27

.....	27
.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	28
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	28
<b>3.2 Jenis dan Sifat Penelitian</b> .....	28
<b>3.3 Metode Penelitian</b> .....	29
<b>3.4 Key Informan</b> .....	30
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	31
<b>3.6 Teknik Keabsahan Data</b> .....	31
<b>3.7 Teknik Analisis Data</b> .....	32
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	33
<b>4.1 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian</b> .....	33
<b>4.1.1 Subjek Penelitian</b> .....	33
<b>4.1.2 Objek Penelitian</b> .....	33
<b>4.1.3 Latar Belakang Perusahaan</b> .....	34
<b>4.2 Hasil Penelitian</b> .....	35
<b>4.2.1 Industri Pariwisata Inbound Tourism</b> .....	36
<b>4.2.2 Nexplorer Tours &amp; Travel sebagai Business Market Customers Business to Business (B2B)</b> .....	37
<b>4.2.3 Strategi CRM (Customer Relationship Management)</b> .....	40
<b>4.2.3.1 CRM Value Chain Model</b> .....	41
<b>4.3 Pembahasan</b> .....	52
<b>4.3.1 Seni Memahami Customer</b> .....	52
<b>4.3.2 Literasi Kultur dan Budaya dalam Background Komunikasi Lintas Budaya Merupakan hal Signifikan.</b> .....	55
<b>4.3.3 Membangun Retensi Bisnis dengan Kepercayaan.</b> .....	56
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	59
<b>5.1 Simpulan</b> .....	59
<b>5.2 Saran</b> .....	59
<b>5.2.1 Saran Praktis</b> .....	59
<b>5.2.2 Saran Akademis</b> .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	61
<b>LAMPIRAN</b> .....	64

**DAFTAR TABEL**

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu..... 14



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	Inbound Tourism VS Outbound Tourism.....	2
<b>Gambar 1.2</b>	Kunjungan Pariwisata ke Indonesia menurut Kawasan.....	3
<b>Gambar 1.3</b>	Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Bali.....	4
<b>Gambar 1.4</b>	Wisatawan Bali Menuju ke Airport.....	5
<b>Gambar 1.5</b>	Kunjungan Wisman ke Provinsi Bali Tahun 2023.....	6
<b>Gambar 1.6</b>	Wisatawan Bali Berjalan Menuju Airport.....	7
<b>Gambar 2.1</b>	Bentuk Pariwisata.....	19
<b>Gambar 2.2</b>	CRM Value Chain.....	23
<b>Gambar 2.3</b>	Alur Penelitian.....	27
<b>Gambar 4.1</b>	Logo Nexplorer.....	35
<b>Gambar 4.2</b>	Kantor Nexplorer.....	36
<b>Gambar 4.3</b>	CRM Value Chain.....	42
<b>Gambar 4.4</b>	Family Session Trip.....	49
<b>Gambar 4.5</b>	Final Confirmation.....	52
<b>Gambar 4.6</b>	Persiapan PTAA Nexplorer.....	55
<b>Gambar 4.7</b>	Model Komunikasi Guddykunst dan Kim.....	56
<b>Gambar 4.8</b>	Retensi bisnis Royal Kites.....	58

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1</b> Bukti Retensi Bisnis Nexplorer (Royal Kites) .....	65
<b>Lampiran 2</b> Panduan Wawancara.....	69
<b>Lampiran 3</b> Transkrip Wawancara dan Link Coding.....	72
<b>Lampiran 4</b> Hasil Turnitin.....	104
<b>Lampiran 4</b> Form Bimbingan.....	106

